

思路 决定出路



宿春礼◎著

MENTALITY
DETERMINES
OUTLET

思路之重要：一切伟大的成就，均始于一个思路
思路之普遍：有生活就有思路，有困难定有出路
思路之关键：成功始之于思路，失败亦始于思路
思路之强大：能变天堂为地狱，能化地狱为天堂

陕西师范大学出版社

思路 决定出路



MENTALITY
DETERMINES
OUTLET

宿春礼◎著

陕西师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

思路决定出路.2/宿春礼著. —西安:陕西师范大学出版社,2009.3

ISBN 978-7-5613-4589-4

I.思... II.宿... III.成功心理学-通俗读物 IV.B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 026557 号

图书代号:SK9N0097

责任编辑: 秦 岭

版型设计: 刘晓娟

出版发行: 陕西师范大学出版社

(西安市陕西师大 120 信箱)

邮 编: 710062

印 刷: 北京密云红光印刷厂

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 16

字 数: 238 千字

版 次: 2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5613-4589-4

定 价: 25.00 元

注:如有印、装质量问题,请与印刷厂联系

序言：突破困境靠思路

宿春礼

在工作和生活中，经常有这样的现象：两个人一起到同一家公司工作，同样的起点，同样的岗位，但是，几年之后两个人却产生了巨大的差距。一个人成为公司的核心员工，受到老板的器重；而另一个人却一直在原地踏步，工作上碌碌无为……

众所周知，除了少数天才之外，大多数人的禀赋都相差无几。那么，是什么原因造成了两个人如此巨大的差距呢？答案就是思路！

“股神”巴菲特曾说过这样的话：“榨出我1克脑汁，再加上16000元，我就可以创造出1000万的价值。”可见，思路之中蕴涵了何等重大的价值。

一个人没有技能，可以拜师学艺；没有知识，可以求学问道；没有金钱，可以筹借贷款……但一个人如果不善于思考，一切都无从谈起。

思路即头脑、思路即智慧、思路即用心……人之所以比机器高明，就是因为人在生活中自始至终有自己的思路，包括想法、创意、挑战、主动，等等，正是这一区别成就了人生特有的价值。

过去，大多数企业里的工作都是一些体力活，而现在，企业的发展不仅需要传统的熟练工人，更需要能够适应新的形势，用自己的思想去工作的新型员工。

随着新经济时代的到来，我们仅仅做到本本分分地完成工作，尽职尽责地维护公司的利益已经远远不够。新时代，公司对我们提出了更高





的要求，只有在工作中充分发挥思路的作用，才能为公司创造更多的价值，才是受领导欢迎的金牌员工。

在生活中，我们同样需要思路的指引。面对生活，我们需要有自己的想法，活出自己的个性。人云亦云、随波逐流往往是我们生活的陷阱。如果总是大家做什么你也做什么，你的事业就无法取得突破。为何不想一下大家还没有做什么呢？这样，在他人忽略的特殊领域，我们便能挖掘出财富。要想改善生活品质，首先要学会改变思路，时刻准备打开创新的闸门，这样才能够找到成功的捷径。

社会总是在变，如果我们缺乏思想、缺乏创意、缺乏头脑，就没有办法适应多变的社会，最终只能被社会淘汰。

继《思路决定出路》第一部出版以来，受到广大读者好评，销量亦突破百万册。作为继篇，本书围绕“思路决定出路”这个中心，选择了当前人们关注的问题，从定位、视角、深度、广度等多方面进行推演和论证。在你仔细阅读后，相信你会发现无论是对于公司内部员工培训还是个人的成长，本书都是最佳的范本与参考书。希望本书能够激发出你的思想力量，在人生和职场生涯中助你披荆斩棘，创造辉煌！

目 录

第一篇 突破一元化的思路，寻求多元化的出路

- 第一章 突破一元化的思路，寻求多元化的出路 /1
- 第二章 有怎样的平台，就有怎样的依托 /10
- 第三章 定位在哪里，机会就在哪里 /15
- 第四章 人生的方向由自己决定 /21
- 第五章 哪些人需要换一换思路 /28

第二篇 想到更要做到，做到更要做好

- 第一章 思与行，人生因此不同 /36
- 第二章 想到不如做到，做到不如做好 /44
- 第三章 人生需要时常换一换想法 /52
- 第四章 如何才能做最好的自己 /60
- 第五章 方法不同，结果迥异 /67

第三篇 眼光指引财富，观念影响“钱途”

- 第一章 爱钱的脑袋，装钱的口袋 /73
- 第二章 有钱的人一定有他富有的道理 /78
- 第三章 眼光指引你打开财富之门 /86
- 第四章 财商灵通，财运亨通 /92
- 第五章 抓住理财的手，财富跟你走 /99

第四篇 铸造稳固的根基，拓展生命的长度

- 第一章 不一样的角度，不一样的命运 /107
- 第二章 根基有多深，成就就有多大 /114
- 第三章 成就改变，环境也会改变 /121



第四章 视野=高度的N次方 /129

第五章 拓展生命的广度 /135

第五篇 没能力在于没态度，有效果更要有效率

第一章 态度与收获永远成正比 /144

第二章 力度不同，影响不同 /152

第三章 速度挑战极限，潜能创造业绩 /158

第四章 讲效果，更要讲效率 /163

第六篇 心态左右观念，细节造成差距

第一章 心态改变状态，状态引导成功 /171

第二章 适应社会，心态也是生产力 /178

第三章 心态左右观念，细节造成差距 /185

第四章 1%的错误会带来100%的失败 /195

第五章 细节影射成功，行动走向卓越 /203

第七篇 谋局需靠修为，共赢拼得版图

第一章 格局决定命运，气魄磨砺人生 /211

第二章 把握成功人生的5种格局 /217

第三章 人生的输赢在布局时已见端倪 /226

第四章 谋局需靠修为，共赢拼得版图 /236

第五章 人生落子无悔 /242

第一篇 突破一元化的思路，寻求多元化的出路

佛说：“凡人转境不转心，圣人转心不转境。”虽然每一种人生都有其美丽和动人之处，但是相对于平凡的人，那些成功的人更善于挖掘自身的潜力。挖掘潜能，需要的是思路。有时候，成功最重要的因素，不是知识，不是财富，而是思路。思路对了，我们才能找准人生的方向；思路错了，我们就只能在人生的道路上徘徊、迷茫。

第一章 突破一元化的思路，寻求多元化的出路

人类为了规范行为和思想，制定了一系列的规则。我们希望能够达到目标的统一，希望减少不必要的错误，所以人们总是希望有统一的标准。但是这些标准在制约人们行为的同时，也束缚了人们的创造力。一个人一旦脱离了惯有的轨迹，就会被人嘲笑、被人唾弃，承受很多莫名的压力。可是，成功不是一个封闭的车站，通向它的列车往往不止一辆。

思路决定出路，勇于突破困境

我们在工作与生活中常常会遇到下面这样的情况：

当你面对一个问题的时候，总是觉得这太难了，怎么也想不出解决的办法。

当你着急想去做一件事的时候，总是有许许多多的障碍在你的眼前，让你难以跨越。

当你想要做成一番大事业的时候，却发现手中的资源少得可怜，几乎没有对我们有利的条件，很难做大做强。



如果以上这些情况你都碰到过，那么毫无疑问，你已经遇到了发展的瓶颈，是急需突破的时候了。

这个时候我们该怎么办呢？我们该如何用有限的条件把事情办得最快、最好呢？

答案就是——思路决定出路：拥有了好的思路，就能够在迷雾中看清目标，在众多资源中发现自己的独特优势。即使是身陷困境，也能保持清醒的头脑，找到解决问题的方法。

一家建筑公司的经理忽然收到一份购买两只小白鼠的账单，心里好生奇怪。原来这两只老鼠是他的一个员工买的。他把那个员工叫来，问他为什么要买两只小白鼠。

员工回答道：“上星期我们公司去修的那所房子，要安装新电线。我们要把电线穿过一根10米长，但直径只有2.5厘米的管道，而且管道砌在砖墙里并且弯了4个弯。我们当中谁也想不出怎么让电线穿过去，最后我想到一个好主意。

“我到一商店买来两只小白鼠，一公一母。然后我把一根线绑在公鼠身上并把它放到管子的一端。另一名工作人员则把那只母鼠放在管子的另一端，逗它吱吱叫。公鼠听到母鼠的叫声，便沿着管子跑去救它。公鼠沿着管子跑，身后的那根线也被拖着跑。我把电线拴在线上，小公鼠就拉着线和电线跑过了整条管道。”

这个员工的思维非同一般，他用智慧解决了问题。

有了正确的思路，才能发挥出卓越的智慧。美国著名地质学家华莱士在总结其一生成败经验的著作《找油的哲学》中这样写道：“找油的地方就在人的大脑中。”他提出了一个著名的观点：人的大脑里蕴藏着丰富的宝藏，而思路是其中最珍贵的资源。

一天，有人卖一块铜，喊价竟然高达28万美元。一些记者很好奇，后来得知，原来卖铜的这个人是个艺术家。不过，不管怎样，对于一块只值9美元的破铜块，他的要价无疑是个天价。为此，他被请进了电视

台，向人们讲述了他的道理。他认为：一块铜，价值9美元，如果做成门把手，价值就增加为21美元；如果制成纪念碑，价值就应该增加为28万美元。他的创意打动了华尔街的一位金融家，结果那块只值9美元的铜被制成了一尊优美的铜像，成为一位成功人士的纪念碑，最后的价值增加到30万美元。

9美元到30万美元之间的差距，可以归结为思考的结晶、创造力的体现，或者说这中间的差价，就是思维的价值、创造力的价值。由此，我们不难看出，思路对我们的工作和生活有多么重要。在现实生活中，善于思考问题、善于改变思路的人，总能在困境中寻找解决问题的方法，在成功无望的时候创造出柳暗花明的奇迹。

当今社会，经济的发展格外受重视。多年来形成的市场经济规律告诉我们：只有思路常新才有出路，只有思路才能突破困境，找到正确的方向。成功的喜悦从来都是属于那些思路常新、不落俗套的人们。所以，要想在职场中大展宏图，就要在你的头脑中形成正确的思路，并决心为之付出努力。

在走向成功的路上，总是会有各种各样的麻烦。但是我们不能因为那些麻烦而放弃了追求，更不能被胆怯阻碍了前进的脚步。成功与失败之间、幸福与不幸之间，往往只有一步之遥。只要你拥有好的思路，勇敢地面对生活，那么在征服困境之后，你就能享受胜利的甘甜，成功也将为你敞开大门。

开放你的大脑，所有的成功都是多元化的

20世纪70年代，多元化成了全世界最流行的词语：世界多元化、国家多元化、关系多元化……各个企业为了迎接这股时髦的浪潮，也提出了很多多元化的经营战略。

被我们所熟知的迪斯尼，并不是以迪斯尼乐园起家，公司的赢利来源也不仅仅是主题乐园，而是以影视娱乐业为源头，媒体网络、主题公园和消费产品三大产业为延伸的多元产业层级赢利体系。





开始，迪斯尼制作动画、影视片，如《白雪公主和七个小矮人》、《人猿泰山》等，通过发行出售，赚取第一轮利润；再通过媒体网络，如美国全国广播公司ABC以及有线电视网ESPN等，赚取第二轮利润。在这两轮利润赚取的过程中，又为第三轮、第四轮利润做了铺垫：通过把电影和动画片里看到的故事变成可玩、可游、可感的游乐园（迪斯尼乐园），赚取第三轮利润；通过玩具、文具等消费品的出售，赚取第四轮利润。此外，迪斯尼还为米老鼠、唐老鸭、皮特狗等卡通形象申请专利，在法律保护下进行特许经营开发，获取利润。

由此可以看出，在共同品牌的引领下，产业的多元化增加了赢利点，极大地发挥了品牌与产业互动的乘数效应，使迪斯尼最终走向了成功。

20世纪80年代，我国的企业也开始朝着多元化的方向迈进。它们积极打破原有的保守思维，通过跨国集团的方式融汇资金，通过与别国的集团公司签订合作协议来填补自己在技术上的缺陷，积极改掉单一的经营方式，并且处处寻找最大的利益点，在多方面完善自己，增强自己在国际经济舞台上的影响力。

其实，所有的成功都是多元化的。我们常说，一个能够高瞻远瞩的团队，一定具有很强的实战经验，其实这就是一种多元化的体现。因为在丰富自己的同时，这个团队很可能因此涉猎更多的领域，或者在同一领域里做了不同的事情，加强了各个方面的知识、能力的储备。虽然不是每一个领域都精通，但是因为有所了解，就可以在需要的时候灵活运用。

著名主持人杨澜离开央视去美国哥伦比亚大学留学时，班上有很多同学就来自国际家庭，譬如爷爷是西班牙人，奶奶是匈牙利人，爸爸从阿根廷来，妈妈在纽约上班，他们这种独特的家庭背景让杨澜意识到自己文化传统所带来的先天盲点：“我发现世界上原本有各种各样的人、各种各样的思维方法，同样的事物有来自于不同角度的各式各样的看法。从此，我不再那么自以为是，不再以为自己以前一贯接受的观点肯定是正确的了。”

开放自己的思想，接受别人的思想，很多种思想的碰撞，就是多元化的重要表现形式。企业在发展中，不能一直打保守战，以为只有自己的发展方向是对的、自己的管理模式是最好的，丝毫不去参考别人的经营模式。这是一个信息爆炸的时代，地球已经变成了村落，如果固守旧思想，坚持走单一的发展路线，那么我们将很快被激烈的竞争所淘汰。

个人同样需要开放思想，多向别人学习。但是在日常生活中，人们会利用各种规则来制约我们的思维发散。我们发现，很多大学生和研究生等受过高等教育的人，仿佛是一个模子里刻出来的，都是单一化的思路。

当前社会，一元化的人才太多了。我们都知道，不是社会不需要人才，而是社会不需要太多单一化的人才。所以，为了我们的前途与发展，请开放你的大脑，让多元化的阳光照进你的心灵，这样你才能真正实现自身的价值，获得成功。

稍加变通，有更多的路可走

有人曾说过：“如果一个美国人想欧洲化，他必须去买一辆奔驰；但如果一个人想美国化，那他只需抽万宝路，穿牛仔服就可以了。”可见，“万宝路”已不仅仅是一种产品，它已成为美国文化的一部分。但是，“万宝路”的发迹史并非是一帆风顺的，它的成功跟公司员工善于变通是分不开的。

美国的20世纪20年代被称作“迷惘的时代”。经过第一次世界大战的冲击，许多青年自认为受到了战争的创伤，只有拼命享乐才能冲淡创伤。于是，他们或是在爵士乐中尖声大叫，或是沉浸在香烟的烟雾缭绕之中。无论男女，都会悠闲地衔着一支香烟。女性是爱美的天使，她们抱怨白色的烟嘴常常沾染了她们的唇膏，她们希望能有一种适合女性吸的香烟。于是，“万宝路”问世了。

“万宝路(MARLBORO)”其实是“Man Always Remember Lovely Because Of Romantic Only”的缩写，意为“只是因为浪漫，男人总忘不了爱”。其广告口号是“像五月的天气一样温和”，意在争当女性烟民

的“红颜知己”。然而，“万宝路”从1924年问世，一直到50年代，始终默默无闻。它颇具温柔气质的广告形象没有给淑女们留下多么深刻的印象。回应莫里斯热切期待的，只是现实中尴尬的冷场。

经过沉痛的反思之后，莫里斯公司意识到变通的重要性，将万宝路香烟重新定位，改变为男子汉香烟，大胆改变万宝路形象，采用当时首创的平开盒盖技术，以象征力量的红色作为外盒的主要色彩。在广告中着力强调万宝路的男子汉形象：目光深沉、皮肤粗糙、浑身散发着粗犷和原野气息、有着豪迈气概。他的袖管高高卷起，露出多毛的手臂，手指间总是夹着一支冉冉冒烟的万宝路香烟，跨着一匹雄壮的高头大马驰骋在辽阔的美国西部大草原。

这个广告于1954年问世后，立刻给公司带来了巨大的财富。仅1954年至1955年间，万宝路销售量就提高了3倍，一跃成为全美第十大香烟品牌。1968年，其市场占有率升至全美同行的第二位。从1955至1983年，莫里斯公司的年平均销售额增长率为247%，这个速度在战后的美国轻工业中首屈一指。

万宝路成为世界500强的重要原因在于其员工和领导善于变通。思路决定出路，稍加变通，便有了更多的路子。

莫里哀曾说：“变通是才智的试金石。”世间万物都在变，没有变化，就会落后，就无法生存。事变我变，人变我变，适者方可生存。成功离不开变通。

美国食品零售大王吉诺·鲍洛奇一生给我们留下了无数宝贵的商战传奇。10岁那年，鲍洛奇的推销才干就显露出来了。那时他还是个矿工家庭的穷孩子，他发现来矿区参观的游客们喜爱带走些当地的东西作纪念，他就拣了许多五颜六色的铁矿石向游客兜售，游客们果然争相购买。不料其他的孩子立即群起效仿，鲍洛奇灵机一动，把精心挑选的矿石装进小玻璃瓶。阳光之下，矿石发出绚丽的光泽，游客们简直爱不释手，鲍洛奇也乘机将价格提高了1倍。也许正是这个有趣的经历，使得鲍洛奇对变通销售与定价有独到的理解。在一生的商业生涯中，他一直保

持灵活变通的思想。

鲍洛奇的公司曾生产一种中国炒面，为了给人耳目一新的感觉，他在口味上大动脑筋，以浓烈的意大利调味品将炒面的味道调得非常刺激，形成一种独特的中西结合的口味，生产出了优质的中国炒面。同时，使用一流的包装和新颖的广告展开大规模的宣传攻势，打出“中国炒面是三餐之后最高雅地享受”的口号，把中国炒面暗示成家庭财富和社会地位的象征。鲍洛奇这一做法相当成功。他把注意力主要集中在大量中等收入的家庭上。他认为，中等收入的家庭，一般都讲究面子，他们买东西固然希望质优价廉，但只要有特色，哪怕价钱贵一些，他们也认为物有所值，他们是中国食品生意的主要对象。所以针对他们的心理，鲍洛奇在包装和宣传上花了很多精力。果然不出所料，中等家庭的主妇们皆以选购中国炒面为荣，尽管鲍洛奇的定价很高，她们依然不觉得贵。

另一方面，鲍洛奇很会揣摩顾客的心理，常常利用较高的价格吸引顾客的注意力。由于新产品投放市场之初，消费者对这种相对高价格商品的品质充满了好奇，很容易就激发了他们的购买欲。并且，一种产品的定价较高，可以为其他产品的定价腾出灵活的空间，企业总能占据主动。当然，这一切都是建立在产品的品质的确不同凡响的基础上的。

有一次，鲍洛奇的公司生产的一种蔬菜罐头上市的时候，由于别的厂商同类产品的价格几乎全在每罐5角钱以下，所以公司的营销人员建议将价格定在4角7分到4角8分之间。但鲍洛奇却将价格定在5角9分，一下提高了20%！鲍洛奇向销售人员解释说，5角钱以下的类似商品已经很多了，顾客们已经感觉不到各种商品之间有什么区别，并在心理上潜意识地认为它们都是平庸的商品。如果价格定在4角9分，顾客自然会将其划入平庸之列，而且还认为你的价格已尽可能地定高，你已经占尽了便宜，甚至产生一种受欺骗的感觉；若你的产品价格定在5角以上，立即就会被顾客划入不同凡响的高级货一类；定价至5角9分，既给人感觉与普通货的价格有明显差别，品质也有明显差别，还给人感觉这是高级货中不能再低的价格了，从而使顾客觉得厂商很关照他们，顾客反而觉得自己占了便宜。经鲍洛奇这么一解释，大家恍然大悟，但总还有些将信将



疑。后来在实际的销售中，鲍洛奇掀起了一场大规模促销行动，口号就是“让一分利给顾客”，更加强了顾客心中觉得占了便宜的感觉，蔬菜罐头的销售大获全胜。5角9分的高价非但没有吓跑顾客，反倒激起了顾客选购的欲望，公司的营销人员不得不佩服鲍洛奇善于变通的本事。

一位心理学家说过：“只会使用锤子的人，总是把一切问题都看成是钉子。”正如卓别林主演的《摩登时代》里的主人公一样，由于他的工作是一天到晚拧螺丝帽，所以一切和螺丝帽相像的东西，他都会不由自主地用扳手去拧。在工作中，遇到问题时，一定要努力思考：在常规之外，是否还存在别的方法？是否还有别的解决问题的途径？只有懂得变通，才不会被困难的大山压倒，才能发现更多更好更便捷的路子。

希拉里：退出有时也是全新出路

《像希拉里那样工作，像赖斯那样成功》一书中写道：“美国人并不害怕‘能力出众的律师希拉里’。美国最好的法律学校每年能培养出大量有能力的女律师。人们不能容忍的是希拉里的政治野心、对权力的露骨欲望，以及享受过程的态度。人们恐惧的不是希拉里的能力，而是她的野心。”正是由于人们对于这位传奇女性的褒贬不一的态度，给本来就格外引人关注的2008美国大选又增添了许多趣味性。

人们认为，希拉里对于权力欲望已经到达了极点，她是不达目的不罢休的人。但是谁也没有想到，在大选竞争进行得如火如荼的时候，她选择了放弃对于总统的竞争，而转向竞选副总统的位置。无疑，希拉里是聪明的。她深知总统竞选的残酷，也深深地了解对手奥巴马的强大，所以，在没有任何胜算的前提下，与其与对手硬碰硬，不如转身为自己另谋更好的出路。

希拉里是成功的，虽然与总统的宝座无缘，但是当奥巴马宣布任命其为新政府的国务卿的时候，希拉里的脸上是带着微笑的。她用自己的亲身实践向世人证明了这样一个道理：处于不利位置的时候，如果没有办法突破，那么不妨转个方向，给自己找条全新的出路。

其实，生活中我们常常会碰到这样的事情，你执著于一件事情，但

是你的胜算并不大。那么，与其在不可能的事情面前耗费时间，不如转过身来，因为你的身后可能会有更好的路在等着你。

多年前，美国的可口可乐和百事可乐曾经先后走向台湾市场。因可口可乐抢滩登陆宝岛，率先出尽风头。后进者百事可乐面对已经具有市场基础的竞争对手，虽行销战略施行倍觉艰辛，但还是勇者无畏。一方为争夺市场，一方为保卫市场，顷刻间掀起了一场极为精彩的商战。

百事可乐的行销策略以及推销活动，虽然较富于机动性，却始终无法超越可口可乐全球的优势，因此一直屈居下风，被动的劣势似乎难以扭转。然而，可口可乐在“唯有可口可乐，方是真正的可乐”的口号下，一举乘胜追击，大有逼迫百事可乐偃旗息鼓收兵的气势，使得百事可乐一时间士气低落，销售陷入低谷。

百事可乐高层分析市场，了解到正面攻击不可能在短期内有效，于是便悄悄地准备开辟另一个饮料市场来抢占可口可乐市场。在极端机密周详的策划下，第二年初春，百事可乐以迅雷不及掩耳之势推出了美年达汽水，顿时受到消费者的喜爱。由于百事可乐能从较低层次的广大消费者入手，市场价位又极具吸引力，加上美年达饮料整体行销策略完善，尽管只是百事可乐公司的副品牌，但一时占领了大量的饮料市场。反观可口可乐，因为陶醉于可乐大战后的胜利，忽略了新产品的开发。等到美年达饮料一夜间全面上市，可口可乐却不知所措，导致了短期内市场败北。

其实，成功并不是只有向前冲，向后走一样能够实现目标。但是，不少企业或者员工不能真正放下眼前的目标而转向身后，即使往前冲会撞个头破血流。生活不是玉，也不是瓦，所以不需要我们“宁为玉碎，不为瓦全”。退出不是消极的面对，也不是向生活认输，而是找到另一个突破口，征服生活。所以，在身处困境的时候，不要抱着视死如归的念头，而是冷静下来，看看后方是不是有更好的出路。





第二章 有怎样的平台，就有怎样的依托

如果周杰伦放弃了作曲而转攻作词，如果方文山不再填词而开始作曲，那么这对音乐舞台上的黄金拍档可能再也不会写下什么传奇。只有选对自己的舞台，才能发挥出自己的潜能，实现自己的最大价值。

人生的宏图需要广阔的平台

地球村来临的时代，信息的交流和共享已经不再有距离。那么，在这样一个庞大的体系当中，谁才能够在竞争中立于不败之地呢？谁又能始终在商战中一直获利呢？

毋庸置疑，当今社会最大的赢家，不是能源供应商，也不是资源开发商，而是平台运营商。所有人的信息交流与共享，都需要一个广阔的平台。当年百度通过资源整合，构建新的信息平台，正是说明了平台对于事业发展的重要性。

在人生众多平台中，寻找事业的发展平台无疑是最重要的。因为在我们的世界里，对于我们大部分人来讲，除了日常生活外，就只剩下工作了。生活虽然寄托着我们的精神，让我们获得消遣，但是真正能够实现人生价值的，还是事业。所以，在事业中搭建广阔的平台，对于我们每个人来说都是非常重要的。那么，我们应该怎样搭建我们的事业平台呢？怎样才能找到适合自己的工作平台呢？

通常，好的工作平台必须具备以下几种特征：

1. 良好的培训机会

对于职员来说，谋生仅是一个方面，更重要的是在工作中通过良好的学习培训掌握各种谋生的本领。一个重视对员工进行培训的公司，既对人才具有极大的吸引力，也表明了自己有追求发展的长远眼光。

2. 对路的工作岗位

兴趣是最好的老师。对路的工作、熟悉的领域有助于自己才智的发挥。